

2. Яресько, Е. Влияние телевидения на формирование нравственной культуры человека / Е. Яресько [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://socreklama.org/content/soc_reklama/1352/. – Дата доступа: 10.09.2011.

Валерий Перевалов

*Московский государственный университет печати им. Ивана Федорова
(Россия)*

NEXT STOP – ОБЛАЧНЫЕ СМИ

Облачные технологии широко применяются в хранении больших объемов информации. Они отличаются крайне высокой степенью надежности хранения, помехоустойчивостью, полным отсутствием вирусной угрозы и многими другими полезными качествами.

Среди них особое место занимает простота масштабируемости хранилища информации. Это свойство тем более полезно, что по всем прогнозам объемы циркулирующей в социуме информации к 2020 году вырастут, по меньшей мере, в десять раз, а к 2030-му – в 100 раз. То есть с помощью обычных СМИ отследить весь этот информационный поток будет практически невозможно. Остается только перейти на медиапотребление а-ля 18–19 век, когда люди читали только одну «свою» газету. Для 21 века такая ситуация невозможна и оскорбительна.

В этой связи было бы крайне заманчиво использовать облачные технологии для создания нового типа СМИ, полностью соответствующего новым вызовам цивилизации.

Как всегда, новейшая концепция является лишь возрождением идей Джона Маккарти (John McCarthy) [1, с. 184–195], который в 1960 г. высказал предположение, что когда-нибудь компьютерные вычисления будут производиться с помощью «общенародных утилит».

В настоящее время активно используются технологии, разработанные в компаниях Google и Apple. Наиболее характерный пример – служба Google Docs, позволяющая работать с офисными документами через браузер, или Apple Store, где можно найти все необходимые редакторы и программы. С июля 2008 г. к «облачному» движению присоединились корпорации HP, Intel, и Yahoo!, которые объявили о создании глобальной, охватывающей множество площадок, открытой вычислительной лаборатории Cloud Computing Test Bed для развития исследований и разработок в области cloud computing. Присоединился к ним и Microsoft, запустивший новую операционную систему под кодовым названием Windows Cloud.

В целом все стратегии развития облачных исчислений можно разделить на пять направлений:

- стратегия Amazon Web Services – сдача в аренду собственной инфраструктуры;
- стратегия Cisco – разворачивание частных облаков в дата-центрах;
- стратегия Google – выстраивание облачной стратегии заключается в использовании богатейшего опыта разработки чрезвычайно популярных интернет-сервисов (SaaS-решения для бизнеса и PaaS-сервис для отдельных пользователей);
- стратегия IBM заключается в увеличении продаж своего серверного оборудования в связке с инфраструктурным ПО;
- стратегия Microsoft направлена в первую очередь на то, чтобы сохранить и укрепить свои позиции в условиях перехода пользователей с традиционных на веб-приложения.

Как следствие, в облаках уже можно генерировать практически любой контент, хранить все возрастающее количество информации и распространять ее без каких бы то ни было ограничений. Все это, с учетом постоянного увеличения облачных сервисов, как нельзя более кстати для создания принципиально новых СМИ. Правда, необходимо понимать, что в этом деле будут стоять философские (мировоззренческие), технические, правовые, финансовые аспекты использования облачных технологий в СМИ.

Философские проблемы заключаются в развитии концепции субъект-субъектного взаимодействия СМИ и массовой аудитории, создании нового мировоззрения, существования в цивилизации избыточной информации и отсутствия централизованной дистрибуции информации с одновременным исчезновением централизованных гарантий ее достоверности.

Технические проблемы пока выражены яснее всего. Можно предположить, что необходимо создать:

- поисковик (кастомизированный и таргетизированный) по СМИ и иным ресурсам Интернета;
- работа-упаковщика (декодер и переводчик) найденной информации в облако подписчика;
- работа-режиссера, выстраивающего программу трансляции такой информации по различным каналам;
- коммуникационного робота, определяющего лучший канал трансляции контента.

С точки зрения правовой необходимо создать совокупность принципов и правил взаимодействия СМИ и аудитории в условиях их динамического взаимодействия и делегирования вовне критически важного объема информации и большого спектра видов деятельности по сбору, хранению, обработке, распространению таргетизированной массовой информации.

С точки зрения финансовой необходимо создать механизмы обеспечения возобновления ресурсов в условиях минимальной маржинальности подписной и рекламных моделей облачных СМИ.

Для того чтобы облачные СМИ могли существовать в нормальном режиме, также необходимо отработать следующие технологии: общего доступа к облачным ресурсам большого количества пользователей, загрузки контента в требуемое время и автоматической кодировки в нужном формате, адресации, механизмов оплаты контента, взаимодействия с PA и PR.

Литература

1. McCarthy, J. Recursive Functions of Symbolic Expressions and Their Computation by Machine, Part I / J. McCarthy. – Communications of the ACM, 1960. – Т. 3. – № 4.
Перевалов, В.В. Основы интернет-журналистики / В.В. Перевалов – М.: Изд-во МГУП им. Ивана Федорова, 2013.
2. Гатов, В. Postjournalist / В. Гатов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://postjournalist.ru/>. – Дата доступа: 10.09.2014.
3. Блог Анатолия Мильнера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.amilner.com/tag/облачное-медиа/>. – Дата доступа: 10.09.2014.

Наталля Сцяжко

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

ТЭЛЕКАНАЛ «БЕЛАРУСЬ 3» – ПОШУК ТВАРУ

Больш за год працуе ў беларускім тэлеэфіры першы лічбавы культуралагічны канал «БТ-3», які ўваходзіць у холдынг Белтэлерадыёкампаніі. Сёння, абапіраючыся на сетку вяшчання і кантэнт, які канал прапануе свайму глядачу, можна падвесці некаторыя вынікі.

Першае – наколькі канал адпавядае той місіі, дзеля якой ён быў створаны? Місія тэлеканала «Беларусь 3» – пазіцыяніраванне культуры як сукупнасці матэрыяльных і інтэлектуальных каштоўнасцей Рэспублікі Беларусь у сучасным медыясяроддзі. Галоўная задача «Беларусь 3» – даверная размова на тэмы культуры ў шырокім сэнсе слова» [1].